

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Profil @Sukkhacitta

Sukkhacitta merupakan sebuah merek fashion lokal di Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2016. Saat ini, Sukkhacitta memasarkan produknya melalui *platform* online yakni Instagram dan website. Nama Sukkhacitta berasal dari bahasa Sansekerta yang secara harafiah memiliki arti semua yang terlibat dalam pembuatan dari awal hingga akhir dapat merasakan sukacita di dalam hatinya. Denica Riadini Flesch selaku CEO dari Sukkhacitta menempatkan fokusnya pada isu lingkungan. Hal inilah yang kemudian membuat Sukkhacitta memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri dibandingkan dengan brand fashion lokal serupa.

Dahulu, Ia bekerja di salah satu NGO Internasional, dimana pada saat itu Denica merasa apa yang dilakukannya belum tepat sasaran, sehingga muncul motivasi dalam dirinya untuk mendirikan Sukkhacitta, sebuah jenama mode ramah lingkungan yang berkonsep perusahaan sosial yang mengusung pemberdayaan perempuan. Sukkhacitta juga telah mengantongi sertifikat B Corp dan Ethically Handcrafted yang merupakan standar pelopor fashion berkelanjutan. Sertifikasi B Corp hanya akan diberikan kepada perusahaan – perusahaan yang memiliki standar tertinggi dan kekuatan untuk mendorong perubahan positif dalam bidang sosial dan lingkungan dengan menerapkan transparansi publik, akuntabilitas hukum, serta memiliki tanggung jawab dalam menyeimbangkan tujuan sosial dan laba. Denica tidak hanya semata-mata mengusung label “ramah

lingkungan”, namun juga secara langsung turun ke lapangan untuk melakukan survei ke desa-desa tempat para pengrajin kain berada.

Desa pertama yang diajak untuk bekerja sama adalah Desa Jlamprang yang terletak di Jawa Tengah. Desa tersebut memiliki pengrajin dengan keterampilan pewarnaan indigo. Sukkhacitta berusaha menghadirkan warna baru dalam koleksi fashion lokal Indonesia, dengan memperhatikan setiap bahan hingga dampak yang ditimbulkan akibat pengolahan suatu produk. Akhirnya, setelah melalui riset dan survei, Sukkhacitta mampu menghasilkan produk yang menggunakan material dan proses alami. Proses pewarnaan alami berasal dari tanaman mulai dari pelepah pisang hingga kayu secang.

Selain itu, Sukkhacitta menanam kapas sendiri dengan menggunakan metode tumpang sari.

Saat ini akun Instagram @Sukkhacitta memiliki 53 ribu pengikut. Akun Instagram digunakan oleh Sukkhacitta untuk mengenalkan produk mereka yang pada akhirnya membuat peneliti melakukan penelitian melalui pengikut dari Instagramnya. Instagram juga menjadi salah satu wadah yang digunakan untuk menjangkau audiens baru. Adapun beberapa produk yang diproduksi oleh Sukkhacitta yaitu fashion untuk pria dan wanita yang terdiri dari *tops and shirts, dresses, scarves and shawls*, kebaya dan kain, *pants and skirts*.

Laman Instagram Sukkhacitta berisi informasi mulai dari produk yang dijual hingga cara-cara untuk melakukan pembelian. Pada setiap

unggahannya, Sukkhacitta selalu memberikan deskripsi dengan jelas. Gambar di bawah ini merupakan salah satu unggahan pada laman akun Instagram @Sukkhacitta.



Gambar 1. 3 Unggahan akun Instagram Sukkhacitta,2023

Pada gambar tersebut, terlihat seorang perempuan mengenakan *dress*, di bawah gambar terdapat tulisan “*view shop*” dimana ketika kita meng-klik bagian tersebut akan muncul deskripsi produk serta harga dari produk tersebut. Selain deskripsi produk dan harga, Sukkhacitta juga selalu

menyematkan sedikit keterangan mengenai cara pembuatan produk tersebut, serta ciri khas yang ditonjolkan dari produk tersebut. Nama-nama dari setiap produk yang dihasilkan juga sangat mencirikan produk lokal Indonesia seperti koleksi PAGISENJA, ANGKASA, dan lain sebagainya. Setiap koleksi terbaru selalu diinformasikan baik melalui *story* maupun unggahan pada *feeds* Sukkhacitta.



Gambar 1. 4 Produk Kolaborasi Sukkhacitta x Andra Alodita,2023

Belakangan ini, Sukkhacitta juga melakukan kolaborasi dengan beberapa perempuan lokal Indonesia salah satunya kolaborasi dengan Andra Alodita yang baru saja rilis di tanggal 15 September 2023. Dalam unggahan kolaborasi tersebut, Sukkhacitta juga menginformasikan bahan-bahan yang digunakan. *Caption* dari unggahan tersebut juga mengandung alasan kolaborasi dengan Andra Alodita. Setiap produk yang dibuat oleh Sukkhacitta memiliki makna tertentu, terutama apabila produk tersebut merupakan produk kolaborasi. (Sukkhacitta, 2023).

B. Deskripsi Populasi

Berdasarkan penelitian Pengaruh Kualitas Konten Instagram @Sukkhacitta terhadap minat beli pengikut @Sukkhacitta, maka populasi dari penelitian ini adalah pengikut Instagram @Sukkhacitta. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha mencari jawaban melalui pengikut Instagram @Sukkhacitta untuk menjawab rumusan masalah yang telah disusun. Pengikut Instagram @Sukkhacitta menjadi responden dalam penelitian ini dengan menjawab beberapa pertanyaan melalui kuesioner yang disebarluaskan melalui google form. Alasan peneliti memilih responden tersebut adalah karena pengikut @Sukkhacitta merupakan audiens yang mengikuti Instagram @Sukkhacitta serta mengkonsumsi konten yang dibuat oleh Sukkhacitta bilamana konten tersebut muncul pada beranda Instagram mereka.